心理科学进展　2021, Vol. 29, No. 2, 268–275　© 2021 中国科学院心理研究所
Advances in Psychological Science　https://dx.doi.org/10.3724/SP.J.1042.2021.00268

道德情绪：探寻道德与创造力关系的新视角*

王博韬　魏　萍

(西安电子科技大学心理健康教育中心，西安　710126)

摘　要　先前有关道德与创造力的关系研究多关注道德的认知与行为差异对创造力产生的影响，但研究结果却存在较大的分歧。为此，研究从道德情绪的视角，对二者的关系进行了系统的梳理，发现道德情绪存在：以情绪效价调节创造性认知；激发道德动机，中介人格与创造力的关系；引发自我觉察，促进顿悟与创造性成就的产生；提升心理资本，影响不同创造力特性的表达等，多种影响个体创造力的路径。这表明，与道德认知和行为相比，道德情绪不仅能更加全面准确的体现出个体实际的道德活动、促进符合道德标准的创造力产生；还为人们解释道德与创造力的关系提供了多样的路径与可能。未来需继续加深对道德情绪及其内在机制的理解、通过系统性的选取创造性任务，明确道德情绪、道德与创造力之间的关系，寻找道德培养与创造力激发的新模式。

关键词　道德情绪，创造力，道德，创造性认知，创造力成就，黑暗创造力
分类号　B842

1　引言

自创造力产生的那一刻起，便在基因中蕴含了一个与道德之间密不可分的矛盾(Runco & Nemiro, 2003; Runco, 2009)，并尤其表现在以集体主义文化为导向(严瑜, 吴霞, 2016)、强调积极遵守、履行道德义务的东方文化之中(黄玺　等, 2018; Hwang, 1998)。一方面，作为创造力的核心属性，新颖性要求个体只有不断打破原有知识体系与现有规则的束缚，才能不断形成新颖、独特而具有创造性的观点或视角(Runco & Jaeger, 2012; Hennessey & Amabile, 2010)。这显然有悖于道德所倡导的继承、保留、遵章守纪等对社会通识规则的教化主张；但另一方面，实用性又要求个体所创造的产品需要符合社会预期、满足主流社会文化的价值需求，促进科技与社会的不断进步(Runco & Jaeger, 2012)。从这个层面上说，创造力又与道德所宣扬的普世性、积极性不谋而合，将先前二者的敌对状态转化为了对道德理念的倡导与支持。因此，创造力与道德之间究竟存在着怎样的关系？如何在符合道德的前提下，最大程度的激发出个体的创造潜能？是很多研究者一直想要解答的重点问题。

2　道德与创造力关系的研究结果存在较大分歧

近年来，研究者针对道德与创造力之间的关系，进行了大量的实证研究(Shen et al., 2019; Kapoor & Khan, 2017; Sellier & Dahl, 2015; Shen & Liu, 2012)。其基本的实验逻辑为：先通过道德认知或行为任务对个体在道德活动上的差异进行区分，如根据被试在道德两难故事评判(Andreani & Pagnin, 1993)或自身近期的道德行为评估(Gino & Wiltermuth, 2014)中的结果，将其划分为高、低道德水平组。再要求两组被试完成相同的创造力任务，以此探查道德水平差异对创造力所产生的影响；或反之，先区分被试的创造力水平(高、低创造力水平组)，再探寻他们在道德认知与行为上的不同。

然而，看似一致的研究思路却并未带来较为一致的研究结果。尽管绝大多数研究者都证实了

收稿日期：2020-03-18
* 国家社科基金青年项目(19CSH047)、教育部人文社科基金(19YJC190028)和中央高校基本科研业务费(RW150111, RW210101)资助。
通信作者：王博韬, E-mail: 527516769@qq.com;
魏萍, E-mail: pwei@xidian.edu.cn

道德(道德认知或道德行为)对创造力产生的显著影响(Runco, 2009; 刘昌 等, 2014; Shen et al., 2019; 柴方圆 等, 2016), 但就具体结果而言, 却存在着许多分歧。具体表现为道德与创造力正性相关、道德与创造力负性相关以及道德与创造力无关三种观点。

来自道德与创造力正性相关的研究结果表明：个体的道德水平越高, 其在创造性任务中的表现也就越好。Andreani 和 Pagnin (1993)要求被试分别完成创造力测验以及对道德两难故事的评估任务。结果表明, 高创造性个体展现出了更高的慈善水平; Morgan (2016)的研究也表明, 道德判断清晰的故事材料能够有效的提高被试在发散思维任务中的表现; 不仅如此, Liu 等人(2014)的研究还为二者的正性关系找到了来自神经生理学的证据。其发现：个体的道德水平越高, 他们大脑前额叶的激活水平就越低, 而后者正是个体创造性产生的重要保证。

相反, 持道德与创造力负性相关的研究认为：低道德水平者在创造力任务中的表现更好。Gino 和 Wiltermuth (2014)的研究发现, 欺骗行为者在创造力测验中的得分更高。Wang 和 Si (2014)以及 Mai 等人(2015)的研究也发现了类似的研究结果, 即个体的创造性与不诚实、不道德的行为之间存在显著的正性相关。

此外, 还有部分学者提出了道德与创造力无关的观点。他们将道德与创造力看作是两项单独的心理过程, 认为二者之间并无联系。例如, Dymit (2015)、Antoniou (2015)等在研究中就并未发现道德与创造力之间存在某种正性或负性的相关关系, 并由此认为道德水平不会影响个体的创造力表现。

不难看出, 当前有关道德与创造力关系的研究, 虽以正性相关为主, 但仍存在较大分歧。表面上看, 这些研究结果间的差异多由实验中的随机误差(不同的测试方法与任务选择)所引起; 但究其根源, 则涉及到研究中“将道德认知与道德行为作为划分个体道德水平的依据, 并以此来解释道德影响创造力的路径与机制”等操作有效性与合理性的问题。换言之, 将道德认知与道德行为作为划分被试道德水平的标准虽简单易行、也的确促进了人们对于道德与创造力关系的理解, 但这种做法似乎并不足够准确、全面, 甚至成为了引发研究结果出现分歧的一项重要原因。

3　道德与创造力的关系中应重视道德情绪的影响

从心理结构上看, 道德由道德认知、道德情绪与道德行为三种基本的心理成分所共同组成。其中, 道德认知是道德的理性成分, 是对行动准则的善恶及其意义的认识; 道德行为是个体内在道德活动的外在表现。由于道德认知与道德行为之间紧密相连且相较于道德情绪而言更易被意识觉察与评估。因而, 在早期道德的研究中, 无论是皮亚杰关于儿童道德形成的认知理论, 还是柯尔伯格通过两难故事法所揭示出的人类道德发展阶段, 均以个体在成长过程中不断提高的道德认知与行为表现为依据(王云强, 2016)。但受社会期望效应的影响, 个体在不断学习、内化道德规则的同时, 也在不断的学习如何隐藏自身真实的道德想法与态度, 而只将符合社会期望的道德认知与行为表现出来。这大大降低了通过道德认知与行为来衡量个体道德水平的客观性与准确性, 为道德与创造力的关系研究增加了无关变量的干扰。同时, 仅根据道德认知与行为来考察、解释道德与创造力之间的关系也具有较大的局限性。因此, 研究者应当重视道德结构中的非理性因素—道德情绪, 来弥补先前研究中存在的不足(Haidt, 2003; 周详 等, 2007)。

道德情绪是情绪在道德领域的延伸, 是指个体根据一定的道德标准评价自己或他人的行为和思想时所产生的一种情绪体验(Haidt, 2003; 周详 等, 2007)。道德情绪一旦形成, 便会以一种稳定的态度所表现出来, 较少受到主观意图的修饰与干扰, 因而能够更加真实的反映出个体所具有的道德状态(李占星, 朱莉琪, 2015); 更为重要的是, 道德情绪在个体的道德准则和道德行为间起着核心的调节作用(Krebs, 2008; 任俊, 高肖肖, 2011), 甚至当道德情绪体验和道德认知不一致时, 道德情绪往往能够成为压倒理性认知, 影响个体决策最直接、最快的方式(严瑜, 吴霞, 2016)。

因此, 从道德情绪的角度对道德与创造力的关系进行梳理与研究, 或能降低影响道德认知和道德行为的社会期望效应, 减少个体对自身道德活动的有意调节与修饰; 更加真实的体现出个体内在的真实道德态度与道德水平, 更好的揭示道德差异在个体创造力活动中所扮演的重要作用。

同时，道德情绪还能帮助研究者从非认知加工的视角，认识与解释道德影响创造力活动的作用与潜在机制，对化解当前研究中存在的分歧与矛盾具有巨大的推动作用。

4 道德情绪影响创造力的潜在机制

目前，有关道德情绪与创造力的关系研究仍处于起步阶段，相关特异化的理论模型与实证研究基础仍相对薄弱。因此，本文主要通过对现有道德、情绪和创造力理论模型的分析以及对来自创造力结构与影响因素、道德与创造力、情绪与创造力以及情绪与认知等多个研究领域成果的梳理，分析并阐释道德情绪影响个体创造力活动的主要影响作用与潜在机制。

4.1 道德情绪通过不同效价影响个体注意范围，调节创造性认知水平

效价是衡量个体情绪活动的重要维度指标，反映了个体内在情绪体验与感受的不同(陈英和 等, 2015)。因此，虽然有研究者提出，道德情绪可以按照产生的对象，被分为道德行动者情绪和道德观察者情绪(Rudolph et al., 2013; 王云强, 2016); 或按照因果归因方式，被分为由可控因素引起的道德情绪以及由不可控因素引起的道德情绪等(Rudolph & Tscharaktschiew, 2014)。但绝大多数研究者仍倾向于通过效价维度(陈英和 等，2015), 将其分为积极道德情绪(如：感激、自豪、钦佩等)和消极道德情绪(如：羞耻、厌恶，尴尬等)。当个体自身的道德需求得到满足时，便会在内部出现感激、自豪、钦佩等正向的道德情绪，获得积极的道德情绪体验；反之，当个体自身的道德需求无法得到满足时，便会唤起羞耻、厌恶，尴尬等负向的道德情感，激发消极的道德情绪感受。

先前有关情绪(非道德性情绪)与创造力的关系研究表明，效价会显著影响个体的创造力产生。具体表现为，积极情绪体验促进创造力的产生，而消极情绪阻碍创造力的产生。例如，有研究者发现：积极情绪状态下，个体采用创造性思维解决问题的倾向更高(Ashby et al., 1999)、其思维的流畅性也更好(卢家楣 等, 2002)、他们不仅能提出更多的创造性科学问题(Chen et al., 2016), 其产生创造性产品的灵活性与独创性也更高(Lyubomirsky et al., 2005)。扩展—构建理论(broaden and build theory)能够很好的解释上述研究结果，其认为，积极的情绪体验会短暂削弱个体对注意资源的内隐性控制，拓展注意的宽度，提高记忆信息的提取速度与创造性思维行动的倾向(Fredrickson & Branigan, 2005); 不仅如此，认知灵活性提高理论也指出，积极情绪体验能够显著的提高个体的注意范围与认知灵活性，帮助个体形成联系更为广泛的情境信息，从而达到发散思维，创造性解决问题的目的。反之，消极情绪体验则可能会明显的窄化个体的注意范围、降低个体认知活动的灵活性，阻碍创造性思维与观点的产生。

因此，道德情绪或也首先能够通过自身效价维度的不同，调节并改变被试原有的认知加工水平，进而对个体的创造性活动产生影响，即积极道德情绪促进创造力的产生，而消极道德情绪阻碍创造力的产生。但在具体研究中，仍需注意以下问题：首先，由于效价差异仅能暂时性的调节个体已有的认知加工水平，因而其影响作用或更多的集中于那些与创造性思维紧密相关且持续时间较短的创造性任务之上(如：发散思维、远距离联想、创造性问题提出等); 其次，来自道德情绪生理机制的研究表明，同一道德情绪效价下，不同的道德情绪之间(如：内疚、羞耻、尴尬等)或存在着高度特异化的神经通路与激活模式(陈英和等，2015)。因而需对同一效价下的不同道德情绪感受与创造力的关系进行更为深入的探讨。

4.2 道德情绪通过激发道德动机，中介人格与创造力的关系

情绪具有动机功能，能够激发和反映出个体对外界环境的趋近或回避倾向。因而除道德认知外，道德情绪也应被看作是满足个体道德需要，激发道德动机的重要因素。研究表明，积极道德情绪(如：感激、自豪、钦佩等)对个体道德动机的激发作用较为统一，主要表现为，积极道德情感体验下，个体亲社会动机的提升，并由此表现出更多的道德与利他行为；而消极道德情绪对道德动机的影响则较为复杂，其影响效果会根据具体情绪种类的不同而发生改变。例如，内疚不仅使人产生后悔、懊恼和焦虑等消极内在体验，还往往伴随着个体希望纠正或弥补错误而产生的道德动机，并最终促进道德与亲社会行为的发生。而羞耻则通常会使人体验到渺小感、无能力感和无助感，进而激发逃避、隐藏等行为倾向，降低道德动机水平，减少亲社会行为的出现(González-Gómez

& Richter, 2015)。

研究表明，动机是影响创造力的重要因素；道德动机对个体的创造力发挥着显著的影响。首先，从道德动机的直接作用上看，道德动机与亲社会动机水平的提升，有利于促进个体在创造性任务中的表现(郝宁，汤梦颖，2017)。Forgeard 和 Mecklenburg (2013)的创造性互惠模型就发现：与为自己相比，当个体明确的意识到自己是在为他人的利益而进行创造性的活动时，其在创造性任务中的表现更好。其次，从道德动机的间接作用上看，道德动机或在人格与创造力活动之间，发挥着积极的中介作用。来自人格与创造力关系的研究表明：人格，特别是积极人格特质(宜人性、开放性等)对个体的创造性产生具有正向的影响作用(罗晓路，林崇德，2006；罗彦红，石文典，2010)。另外，道德动机与个体积极人格特质的形成(王云强，郭本禹，2009)和创造力表达之间也都具有正向的作用关系(郝宁，汤梦颖，2017)。因此，道德情绪或以强化个体积极人格特质的方式，促进个体创造性的产生，并最终达到道德动机—人格特质—创造性解决问题三者之间的正向循环。

综上，研究认为，道德情绪能够通过其所具有的动机功能，对个体的创造力产生直接或间接的影响作用。未来研究可在细致探讨道德情绪持续时间、激活强度与道德动机水平、趋向关系的基础之上，逐步的加入积极人格特质、道德结构、创造力特征等核心变量，对道德、动机、人格、创造力的关系进行综合研究。

4.3　道德情绪通过引发自我觉察，促进顿悟与创造性成就的产生

从产生的机制上看，道德情绪多由情境中个体对自我的理解或评价所引发，因而又被称为“自我意识的情绪”或“自我评价的情绪” (李占星，朱莉琪，2015；Eisenberg, 2000)。研究表明，道德情绪能够通过引发个体的反省与内在觉察，提高他们对自我认知的准确性与一致性。例如，积极道德情绪与个体的自我肯定之间存在着相互强化。个体在经历道德活动、体验道德情绪的同时，也在不断提升着自己的自我效能与自尊水平；同时，自我的内在关系也由此变得更加和谐，自我怀疑与自我损耗显著降低(费定舟 等，2016)；尽管消极道德情绪往往会给个体带来负性的内在体验，如内疚会提升个体的焦虑水平与自我否定、羞愧会引发个体的逃避反应与自责情绪等。但正是由于这些负性体验的存在，使得个体开始采用内在归因的方式对目前的状态进行解释。个体的自我内省与反思便会不断增加。因此，尽管不同道德情绪所提供的内在体验不同，但它们都在引导着个体将注意的焦点由外部环境转向内在的自我价值与评估之中，并由此屏蔽外界无关信息所带来的干扰。

顿悟(insight)是创造力活动中的重要一环，是指人们通过对过去经验的梳理，将完整的认知模块进行分解并加以重组与利用，从而有效地解决当前所面临问题的一种创造性思维过程(罗劲，2004)。尽管顿悟在创造力活动中扮演着极其重要的作用，但人们却不能通过主观意愿使其随意的产生。根据上述定义，顿悟的发生至少应具备两个条件，一是个体对自身资源的详细了解与认知；二是对这些资源的重新排列与组合(罗劲，张秀玲，2006)。而无论是哪种条件，都与个体的内在认知与反思活动密切关联。此观点得到了来自 Kounios 和 Beeman (2015)系列研究的支持，其发现，注意的内在转移、自我觉知的内在整合与协调以及自我价值的提升是促进顿悟发生的有力保障，能够有效增加个体成功采用创造性方法解决问题的机率。

此外，创造性成就的产生也与个体的自我觉察密切相关。与短时间内即可完成的创造力认知任务(如发散思维、远距离联想等)不同，创造力成就是对个体一段时期内所取得的创造性产品的总体性评价(Carson et al., 2005)。因而，其较少受到个体短期心理状态变化的影响，而与个体长期的自我觉察与行为模式显著相关(Zabelina & Ganis, 2018)。研究发现高自我认同、高自我价值与高自尊水平往往与积极的行为模型相连(郭春涵，2019)，并成为激发创造力成就的有效保障。

因此，未来研究可将道德情绪作为诱发顿悟、培育创造力成就的关键因素，对其发生、发展的机制与培养模式进行更为深入的研究。

4.4　道德情绪通过提升心理资本，进而影响不同创造力特性的表达

来自积极心理学与临床心理学的研究表明，道德情绪状态往往与个体的心理健康与生活品质密切相连(黄玺 等，2018)。良好的道德情绪体验不仅有利于增加个体的心理资本，帮助他们保持

乐观开放的心态，还能在很大程度上影响不同创造力特性的表达。具体说来，道德情绪能够在激发积极创造力产生的同时，抑制邪恶与黑暗创造力的产生。所谓黑暗创造力是将个体的创造力限定在邪恶的领域范围之内，是个体以伤害他人或取得非正当竞争优势为目的所进行的创造力活动(Hao et al., 2016)。强烈的羞耻、愤怒、不公平感、不满足感等常常是黑暗创造力的诱因，而说谎、欺骗、戏谑和报复则是黑暗创造力的具体表现。

先前有关道德与创造力负性相关的研究多涉及于此，但研究者却并没有从道德情绪的角度对二者的关系进行细致的探讨。尽管消极道德情绪也存在着激发个体黑暗创造力的可能，但本研究仍倾向于认为道德情绪(无论是积极还是消极)对个体黑暗创造力均存在一定的抑制作用。首先，积极道德情感通过增加个体心理资本与心理健康水平的方式抑制个体黑暗创造力的产生。例如，Proyer 等人(2016)的研究发现，当要求被试采用日记的形式每天记录下身边所发生的美好道德事件后，个体的心理幸福水平得到了有效的提升。人们在自豪、感激等积极道德情绪的感受下对环境、社会与自我的态度更加积极(黄玺 等, 2018)，人际关系更加和谐，获得的社会支持与资源更多，心理健康水平更高，因而诱发黑暗创造力的可能性就越低。其次，道德情绪会诱发个体的自我觉察。因此，即便是消极道德情绪，在为个体带来负性情绪体验的同时，也会同时激发出个体的内省与自我评价，并引导他们采用内归因的方式来减少违反道德的行为，以此降低不良情绪体验(Rudolph & Tscharaktschiew, 2014)；而非像生理负性情绪状态那样引发个体的应激状态，激发黑暗创造力的产生。

5　道德情绪影响创造力的路径模型

为更加直观的呈现道德情绪对个体创造力的影响作用，研究提出了道德情绪影响个体创造力的作用路径模型(见图 1)。

不难看出，道德情绪对创造力的影响复杂而多样，涉及多种实验变量与心理活动的广泛参与。其中，既包含个体在理性层面的认知加工，如自我认识与心理资本等，也包含大量非理性活动的参与，如情绪效价、道德动机等。为方便论述，我们采用了相对独立的方式对各条路径加以介绍，

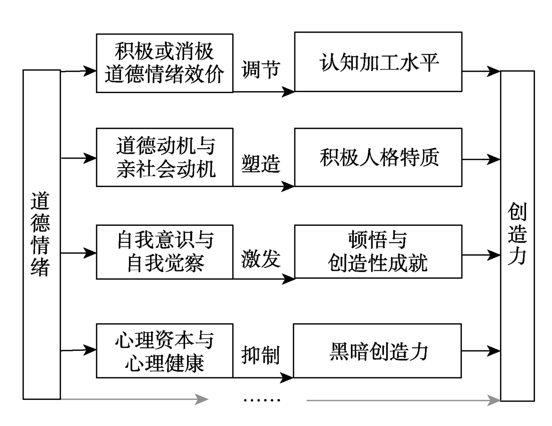


图 1　道德情绪影响个体创造力的作用路径模型

但就真实的环境而言，道德情绪各路径与变量间是互为整体、相互统一的，共同影响着个体创造力的产生。因此，与认知主导的道德认知与行为相比，道德情绪对个体道德活动的反映更加全面、准确。被试很难通过对单一心理活动(如：道德认知)的控制达到改变、调节自身道德水平的目的。因而，道德情绪不仅能有效降低道德与创造力关系研究中存在的社会期望效应；还为研究者理解与解释二者关系提供了多样的路径与可能。

同时，从创造力的结构上看，道德情绪对创造力结构的不同层级和不同领域均存在显著的影响作用。首先，解释创造力领域结构的游乐园理论模型(Baer & Kaufman, 2005)认为，个体的创造力活动包含了由低到高的 4 个层级，它们分别是先决条件、一般主体、领域和微观领域 4 个水平。先决条件是个体想要进入创造力乐园、产生创造性成果的门票，包括了个体产生创造力所需的认知加工、动机、智力因素等；而从一般主体开始以上的层级，则越来越多的涉及到创造力在专业特殊领域的延展。不难看出，道德情绪对绝大多数创造性活动的影响是通过“先决条件”这一基础的层级来体现；但就某些特殊的创造性任务而言(如：黑暗创造力)，道德情绪也会与道德的其他成分一起，对更高层级的创造性活动产生影响。其次，从评判创造力价值的 4C 理论模型上看(Kaufman & Beghetto, 2009)，道德情绪普遍存在于个体的心理活动之中，因而，其可能更多的通过发挥认知调节与维护心理健康的作用，来促进人们日常生活中微观创造力的表达，即与小创造力(Little-C)和迷你创造力(Mini-C)密切相关。但若从积极人格特质培养与顿悟、创造力成就培育的角度上看，

道德情绪则可作为一项重要的干预措施，激发出具有极高社会价值的专家创造力(Pro-C)与杰出创造力(Big-C)。

需要特别指出的是，本研究虽对道德情绪影响创造力的主要作用和潜在路径机制进行了梳理与分析，但这对于探索二者的关系而言，仍只是一个开始。因此，研究特意在模型中(图 1)预留了一个空白路径窗口，用于不断接纳与吸收未来研究中所发现的新路径与新维度，以期早日构建出完善的道德情绪、道德与创造力之间的理论模型。

6　研究展望

6.1　深化道德情绪及其生理机制的相关研究

精准有效的激发出实验所需的道德情绪是进一步明确道德情绪与创造力、道德与创造力关系的必要前提。但目前作为核心变量的道德情绪仍留有大量疑问有待进一步研究。

首先，先前研究较为集中于对内疚、羞耻、尴尬等消极道德情绪的探讨，对积极道德情绪的研究存在明显不足(任俊，高肖肖，2011)。这不仅在理论上与积极和消极道德情绪具有同等意义的观点相悖，也与现实生活中，人们寄希望于通过道德对积极品质进行宣扬的信念相左。因而，未来研究需要更为主动的关注积极道德情绪的相关特性。来自黄玺等人(2018)的研究，将道德提升感作为积极道德情绪的一个重要组成部分，并从情感、身体、认知和行为四个成分论述了其在个体心理活动中所发挥的重要作用。对未来的研究具有巨大的启示作用。

其次，有关道德情绪生理机制的研究仍显不足(任俊，高肖肖，2011; 陈英和 等，2015)。现有研究多通过脑成像技术对其进行探讨(Masten et al., 2011; Immordino-Yang et al., 2009)。但研究结果不仅存在激活区域之间的重合与混淆；对各皮层之间的兴奋或抑制关系的描述也较为模糊；同时还存在缺乏对道德情绪产生、变化、发展时间进程的考察。此外，对道德情绪外周神经系统生理机制的研究也不多见。因此，未来研究可在引入事件相关电位技术(ERPs)等高时间精度仪器，测查道德情绪时间进程的同时，采用多导生理记录与生化指标，对道德情绪所引发的外周神经改变进行详细的记录与分析。而有关道德情绪激发的手段与效果评估技术也需要得到进一步的提升与统一。

6.2　系统化研究道德情绪与创造力之间的关系

如前所述，创造力的产生不仅有赖于大量心理活动的广泛参与，还受到许多因素的显著影响。而不同类型的创造力任务之间也会存在着巨大的差别。例如：物体多用途测验(AUT)是对个体发散性思维与顿悟能力的考察(Zabelina & Ganis, 2018)；创造力成就测验是对个体创造性策略的反映(Carson et al., 2005)；创造性倾向测试聚焦于有利于创造力产生的人格特质等；黑暗创造力体现了创造力在邪恶领域的表现。这些任务虽然都是对个体创造力的测量，却又是对不同创造力特性的反映。测验结果之间或存在巨大的差别。因此，研究在选择单独创造性任务，逐一探查与验证道德情绪对具体创造力任务的影响作用基础上，还需要进一步凝练所要研究的科学问题，有针对性的选取多个创造性任务，按照一定的逻辑体系，构建出多视角、多维度的创造力测量体系(如：从信息加工的过程理解创造力等，胡卫平 等, 2015)，进而对道德情绪与创造力的关系进行更加全面、系统的考察，并最终促进人们对于道德情绪和创造力关系的理解。

6.3　探寻基于道德情绪的创造力激发模式

无论是道德情绪还是创造力都是个体在后天的培养中所获得的心理品质。而目前已有的教学活动中，却往往存在注重道德规范的理解与灌输，忽视道德情感的培养与表达(柴方圆 等, 2016；任海霞，崔丽莹，2018)；注重常规思维的习得，忽略创新思考能力的培养等问题。更缺乏在真实环境下，将道德情绪作为激发个体创造力手段的有效教学模式与培养路径。因而，未来研究需要在实验室研究明确道德情绪与创造力关系的基础上，不断探索适合现实情境的创造力激发新模式。

参考文献

柴方圆，喻丰，彭凯平. (2016). 审美愉悦与加工流畅性. *心理学探新*, *36*(2), 101–106

陈英和，白柳，李龙凤. (2015). 道德情绪的特点、发展及其对行为的影响. *心理与行为研究*, *13*(5), 627–636.

费定舟，钱东海，黄旭辰. (2016). 利他行为的自我控制过程模型：自我损耗下的道德情绪的正向作用. *心理学报*, *48*(9), 1175–1183.

郭春涵. (2019). 大学生自我中心与主观幸福感的关系：自尊的中介作用. *心理与行为研究*, *17*(4), 546–552.

郝宁, 汤梦颖. (2017). 动机对创造力的作用: 研究现状与展望. *华东师范大学学报 (教育科学版), 35*(4), 107.
胡卫平, 王博韬, 段海军, 程丽芳, 周寰, 李晶晶. (2015). 情绪影响创造性认知过程的神经机制. *心理科学进展, 23*(11), 1869–1878.
黄玺, 梁宏宇, 李放, 陈世民, 王巍欣, 林妙莲, 郑雪. (2018). 道德提升感: 一种提升道德情操的积极道德情绪. *心理科学进展, 26*(7), 1253–1263.
李占星, 朱莉琪. (2015). 道德情绪判断与归因: 发展与影响因素. *心理科学进展, 23*(6), 990–999.
刘昌, 沈汪兵, 罗劲. (2014). 创造性与道德的正向关联: 来自认知神经科学的研究证据. *南京师大学报: 社会科学版*, (4), 104–115.
卢家楣, 刘伟, 贺雯, 卢盛华. (2002). 情绪状态对学生创造性的影响. *心理学报, 34*(4), 381–386.
罗劲. (2004). 顿悟的大脑机制. *心理学报, 36*(2), 219–234.
罗劲, 张秀玲. (2006). 从困境到超越: 顿悟的脑机制研究. *心理科学进展, 14*(4), 484–489.
罗晓路, 林崇德. (2006). 大学生心理健康、创造性人格与创造力关系的模型建构. *心理科学, 29*(5), 1031–1034.
罗彦红, 石文典. (2010). 创造力与人格关系的研究评述. *心理学探新, 30*(2), 76–78.
任海霞, 崔丽莹. (2018). 国外儿童的道德情绪研究与教育启示. *外国中小学教育*, (4), 30–36.
任俊, 高肖肖. (2011). 道德情绪: 道德行为的中介调节. *心理科学进展, 19*(8), 1224–1232.
王云强. (2016). 情感主义伦理学的心理学印证——道德情绪的表征及其对道德行为的影响机理. *南京师大学报: 社会科学版*, (6), 128–135.
王云强, 郭本禹. (2009). 当代西方道德人格研究的两类取向. *心理科学进展, 17*(4), 784–787.
严瑜, 吴霞. (2016). 从信任违背到信任修复: 道德情绪的作用机制. *心理科学进展, 24*(4), 633–642.
周详, 杨治良, 郝雁丽. (2007). 理性学习的局限: 道德情绪理论对道德养成的启示. *道德与文明*, (3), 57–60.
Andreani, O. D., & Pagnin, A. (1993). Moral judgment in creative and talented adolescents. *Creativity Research Journal, 6*(1–2), 45–63.
Antoniou, R. (2015). *Moral thinking, creativity, and deception: The paradox of moral thinking* (Unpublished master's thesis). Aristotle University of Thessaloniki.
Ashby, F. G., Isen, A. M., & Turken, A. U. (1999). A neuropsychological theory of positive affect and its influence on cognition. *Psychological Review, 106* (3), 529–550.
Baer, J., & Kaufman, J. C. (2005). Bridging generality and specificity: The amusement park theoretical (APT) model of creativity. *Roeper Review, 27*(3), 158–163.
Carson, S. H., Peterson, J. B., & Higgins, D. M. (2005). Reliability, validity, and factor structure of the creative achievement questionnaire. *Creativity Research Journal, 17*(1), 37–50.
Chen, B., Hu, W., & Plucker, J. A. (2016). The effect of mood on problem finding in scientific creativity. *The Journal of Creative Behavior, 50*(4), 308–320.
Dymit, K. M. (2015). *Exploring the dark side: Investigating the relationship between creativity and perceptions of dishonesty* (Unpublished master's thesis). Illinois State University, Bloomington-Normal.
Eisenberg, N. (2000). Emotion, regulation, and moral development. *Annual review of psychology, 51*(1), 665–697.
Forgeard, M. J., & Mecklenburg, A. C. (2013). The two dimensions of motivation and a reciprocal model of the creative process. *Review of General Psychology, 17*(3), 255–266.
Fredrickson, B. L., & Branigan, C. (2005). Positive emotions broaden the scope of attention and thought-action repertoires. *Cognition & Emotion, 19*(3), 313–332.
Gino, F., & Wiltermuth, S. S. (2014). Evil genius? How dishonesty can lead to greater creativity. *Psychological Science, 25*(4), 973–981.
González-Gómez, H. V., & Richter, A. W. (2015). Turning shame into creativity: The importance of exposure to creative team environments. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 126*, 142–161.
Haidt, J. (2003). The moral emotions. In R. J. Davidson, K. R. Scherer, & H. H. Goldsmith (Eds.), *Handbook of affective sciences* (pp.852–870). Oxford, England: Oxford University Press.
Hao, N., Tang, M., Yang, J., Wang, Q., & Runco, M. A. (2016). A new tool to measure malevolent creativity: The malevolent creativity behavior scale. *Frontiers in psychology, 7*, 682.
Hennessey, B. A., & Amabile, T. M. (2010). Creativity. *Annual Review of Psychology, 61*, 569–598.
Hwang, K.-K. (1998). Two moralities: Reinterpreting the findings of empirical research on moral reasoning in Taiwan. *Asian Journal of Social Psychology, 1*(3), 211–238.
Immordino-Yang, M. H., McColl, A., Damasio, H., & Damasio, A. (2009). Neural correlates of admiration and compassion. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 106*(19), 8021–8026.
Kapoor, H., & Khan, A. (2017). Deceptively yours: Valence-based creativity and deception. *Thinking Skills and Creativity, 23*, 199–206.
Kaufman, J. C., & Beghetto, R. A. (2009). Beyond big and little: The Four C Model of Creativity. *Review of General Psychology, 13*(1), 1–12.
Kounios, J., & Beeman, M. (2015). *The Eureka Factor: AHA Moments, Creative Insight, and the Brain*. New York, NY: Random House.
Krebs, D. L. (2008). Morality: An evolutionary account. *Perspectives on psychological science, 3*(3), 149–172.

Liu, C., Shen, W. B., & Luo, J. (2014). Positive association between creativity and morality: Evidence from cognitive neuroscience. *Journal of Nanjing Normal University*, *4*, 104–115.

Lyubomirsky, S., King, L. A., & Diener, E. (2005). The benefits of frequent positive affect: Does happiness lead to success? *Psychological Bulletin*, *131*(6), 803–855.

Mai, K. M., Ellis, A. P., & Welsh, D. T. (2015). The gray side of creativity: Exploring the role of activation in the link between creative personality and unethical behavior. *Journal of Experimental Social Psychology*, *60*, 76–85.

Masten, C. L., Morelli, S. A., & Eisenberger, N. I. (2011). An fMRI investigation of empathy for 'social pain' and subsequent prosocial behavior. *Neuroimage*, *55*(1), 381–388.

Morgan C. G. (2016). *Morality and creativity* (Unpublished master's thesis). The University of Texas, Austin.

Proyer, R. T., Gander, F., Wellenzohn, S., & Ruch, W. (2016). Nine beautiful things: A self-administered online positive psychology intervention on the beauty in nature, arts, and behaviors increases happiness and ameliorates depressive symptoms. *Personality and Individual Differences*, *94*, 189–193.

Rudolph, U., Schulz, K., & Tscharaktschiew, N. (2013). Moral emotions: An analysis guided by Heider's naive action analysis. *International Journal of Advances in Psychology*, *2*(2), 69–92.

Rudolph, U., & Tscharaktschiew, N. (2014). An attributional analysis of moral emotions: Naïve scientists and everyday judges. *Emotion Review*, *6*(4), 344–352.

Runco, M. A. (2009). The continuous nature of moral creativity. In T. Cross & D. Ambrose (Eds.), *Morality, ethics, and gifted minds* (pp. 105–115). New York: Springer US.

Runco, M. A., & Jaeger, G. J. (2012). The standard definition of creativity. *Creativity Research Journal*, *24*(1), 92–96.

Runco, M. A., & Nemiro, J. (2003). Creativity in the moral domain: Integration and implications. *Creativity Research Journal*, *15*(1), 91–105.

Sellier, A. L., & Dahl, D. W. (2015). The light side of creativity: An honesty mindset can boost creativity. In D. Kristin & Y. Carolyn (Eds.), *Advances in Consumer research* (pp. 234–236). Duluth: Association for Consumer Research.

Shen, W. B., & Liu, C. (2012). Critical review on psychological studies on moral hypocrisy. *Advances in Psychological Science*, *20*(5), 745–756.

Shen, W., Yuan, Y., Yi, B., Liu, C., & Zhan, H. (2019). A theoretical and critical examination on the relationship between creativity and morality. *Current Psychology*, *38*(2), 469–485.

Wang, Y. Q., & Si, J. W. (2014). The linkage between pupils' creative personality and dishonesty in junior school: The distinct roles of explicit and implicit self-esteem. *Studies of Psychology and Behavior*, *12*(2), 161–166.

Zabelina, D. L., & Ganis, G. (2018). Creativity and cognitive control: Behavioral and ERP evidence that divergent thinking, but not real-life creative achievement, relates to better cognitive control. *Neuropsychologia*, *118*, 20–28.

Moral emotion: A new perspective on the relationship between morality and creativity

WANG Botao, WEI Ping

(*Mental Health Education Center, Xidian University, Xi'an* 710126, *China*)

Abstract: Studies on the relationship between morality and creativity have often distinguished individuals' moral level by using the standards of moral cognition or moral behavior, and explored the influence of moral on creativity. However, the results are inconsistent and even contradictory. The possible reason may come from the moral measurement errors, because people often tend to modify their own moral cognition or behavior performance according to social expectations. So, the present study intends to use moral emotion as a new perspective to explore the relationship between moral and creativity. Results indicated that creativity can be affected by moral emotions in many potential pathways (cognition, motivation, self-perception and psychological capital, etc.). Future researches should deeply understand the characters and mechanism of moral emotion; explore the relationships among moral, moral emotion and creativity; and look for new models of moral and creative cultivation.

Key words: moral emotion, creativity, morality, creative process, creative achievement, malevolent creativity